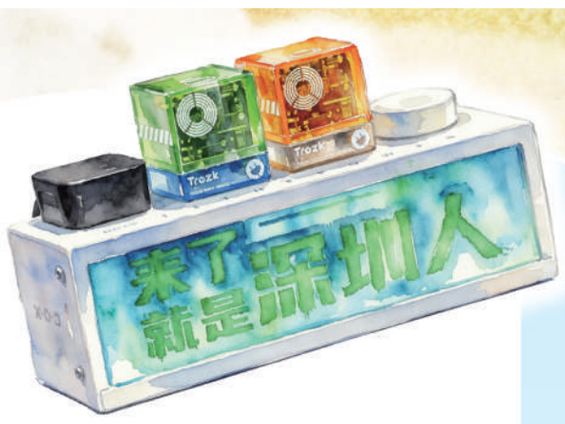
R视线

城市礼物，延续城市热度

从传统特产纪念品到流动名片——

本报记者　田　泓　祝大伟　吕绍刚



①

②

③

④

⑤

小小的一件伴手礼，承载着一座城市的文化记忆与产业气质。从上海的海派点心到哈尔滨的文创礼盒，再到深圳的科技好物……近年来，多地立足自身禀赋探索差异化发展路径，让“城市礼物”跳出传统特产纪念品的单一范畴，成为串联商业创新、文化创意、科技赋能的城市流动名片，在扩内需、兴产业、塑品牌等方面释放出多重价值。

——编　者

政策引领
城市礼物提质扩容

城市礼物的快速兴起，既是消费升级的市场选择，也是国家层面促消费、扩内需的重要布局，其背后是文旅产业深度融合与城市商业提质的双重驱动。

2023年10月，商务部出台《关于加强商务领域品牌建设的指导意见》，明确提出推动形成一批集成商业创新、文化创意、科技赋能的“必购必带”城市礼物。2025年，商务部等6部门印发《关于进一步优化离境退税政策扩大入境消费的通知》，进一步支持各地培育打造“城市礼物”高品质特色产品，引导其进入退税商店，将城市礼物作为丰富商品供给的重要抓手。

城市礼物作为可携带、可复购的消费载体，能够将游客的短期游览转化为可持续的商品消费，带动食品加工、文创设计、智能制造等上下游产业协同发展，推动地方零散特产、手作产品走向标准化、品牌化，助力本土中小企业与老字号突破地域局限。

上海社会科学院应用经济研究所研究员王慧敏表示，如今，城市礼物正从传统伴手礼升级为高品质消费引擎，是展现城市魅力的鲜明名片。

在哈尔滨马迭尔文化旅游投资集团经营管理部副部长黄金看来，城市礼物还是激活地方特色资源、延续文旅热度的重要载体。

从顶层政策引导到地方主动探索，城市礼物已成为扩内需、兴产业、塑品牌的重要抓手，各地立足不同资源禀赋，正走出各具特色的发展路径。

创意赋能
传统风物破圈传播

“上海礼物”锚定首次来沪旅客、往返常客及亲子家庭等客群，兼具多重发展价值。它是入境流量的“转化器”，紧扣离境退税政策红利，推出融合大白兔奶糖、石库门元素的特色礼盒，带动客单价与复购率双增长；是优质资源的“集成者”，串联“上海设计”、赛事展演等分散资源，推出赛事收藏盲盒、高端定制款等稀缺供给，推动产业资源价值跃升；也是城市叙事的“翻译器”，以国际化设计解码本土文化，以情感认同带动口碑传播。

在上海市文化和旅游局等单位组织的“上海礼物”评选中，百联逸刻开发的哈酥蝴蝶酥礼盒入选。

蝴蝶酥通常被认为源自20世纪初的法国，民国时期进入了上海的西饼店。经过几十年的“海派改造”，上海蝴蝶酥渐渐形成了自己的风格——甜度较欧美传统更节制，还发展出咸香等多种口味。

蝴蝶酥好吃，可市面通用基础工艺技术门槛偏低。量产蝴蝶酥如何与专业烘焙店同类产品做出差异？

“既然是‘上海礼物’，就要尽量保持本地口味。”百联逸刻首席研发官曹旦介绍，酥脆是评价蝴蝶酥好吃与否的重要指标之一。市面上售卖的机器产蝴蝶酥通常起酥100多层，而逸刻哈酥创新制作工艺，起酥可达255层；原料上采用进口黄油，提升整体奶香和酥脆感，外形上也更加膨松饱满。

哈酥蝴蝶酥在产品命名和包装设计上，以新国潮概念玩法拥抱年轻一代。“阿拉用点心”一语双关，既有沪语“吃点心”之意，也寓意“用心”创造美味。包装推出小份装、礼盒装等多种分量规格，满足单人口袋零食、多人家庭分享、节庆出游伴手礼的多场景需求。渠道上除逸刻便利店外，还在高铁站候车厅及主要商圈开设店铺，并可线上下单全国邮送。

如果说上海的城市礼物是在传统商业赛道上打磨品质的创新样本，那么哈尔滨推出的“尔滨礼物”，则是以文化创意激活城市IP（知识产权）的典型代表。

哈尔滨通过将“尔滨”这一游客赋予的昵称转化为城市IP，把金源文化、欧陆文化、冰雪文化等多元地域特色注入产品设计，能够将当地的“冷资源”进一步激活，实现从“冷资源”到“热IP”的转化。“城市礼物既能帮游客留存专属旅行记忆，也能通过自发传播持续延续城市热度，长效塑造城市文旅品牌，培育新的经济增长点。”黄金介绍。

在哈尔滨市太阳岛风景区内的尔滨礼物店内，一款名为“风声水起”的礼盒特别吸引眼球。

“一字一物，四字成吉。”尔滨礼物店经理谢龙鹏介绍，每件礼物都对应哈尔滨独有的文化符号：“风”是东北大花布折扇，“声”是索菲亚教堂八音盒冰箱贴，“水”是冰雪硅胶折叠杯，“起”是浓缩俄式建筑图案的开瓶器。产品融入民俗、冰雪、欧陆建筑等特色符号，组合出的美好寓意更增添了社交属性。

产品上市后，以文创打卡地引流，推出集齐抽奖、盲盒玩法，激发游客参与热情；线下多场景铺市、IP联动，线上依托游客开箱短视频传播，单条视频最高播放量破万次。一系列措施带动“风声水起”礼盒迅速出圈，首批1万套全部售罄。

“文旅热带动了哈尔滨城市礼物的快速发展。”哈尔滨马迭尔文化旅游投资集团党委书记、董事长孔庆滨介绍，集团承接运营“尔滨”城市IP，目前，“尔滨礼物”涵盖文创产品、地方特产、生活用品等，已构建起30余个系列、500余件单品的产品体系。近年来，“尔滨礼物”文创产品参展中俄博览会、深圳文博会等国内外知名展会，成为宣传推广城市的亮丽品牌。

科技驱动
打造礼物全新形态

在多数城市还在传统食品、文创赛道发力之时，广东深圳依托自身智能制造与工业设计的产业根基，跳出传统路径，为城市礼物赋予了全新内涵与形态，让“创新活力”成为城市礼物最鲜明的标签。

⑥

今年春节前夕，一款名为“禄马”的AI（人工智能）玩具，成为深圳市民和游客年货清单上的爆款，上市不到一个月便售出近万台。

这匹“小马”外形萌趣，搭载了先进的智能体系统。它能围绕传统文化、金融知识等内容与用户互动，让人工智能从技术概念变成可感知、可体验的产品，一上市迅速获得消费者认可。

一件城市礼物的走红，背后体现的是一座城市的产业实力。据了解，依托深圳福田华强北丰富的电子元器件供应链和产业配套，“禄马”从图纸到生产样机，仅用了一天时间。

得益于高效的产业生态，越来越多“AI好物”走向市场。为了帮消费者在海量科技年货中“淘金”，今年2月，华强北基于商品真实销售数据、科技领先度、价格优惠力度和消费者认可度，推出“AI八骏”榜单，遴选无人机、AI眼镜、AI翻译机等八大品类，为消费者选购提供参考。

榜单发布后，“AI八骏”相关产品销量增长55%。截至目前，“AI八骏”已发布3期，持续挖掘和推广具有创新性、市场潜力的好产品，推动更多深圳制造、深圳创新走向全球消费者。

从“禄马”单品破圈，到“AI八骏”热销，正是深圳以科技创新为内核、以设计赋能为路径，培育城市礼物品牌的一个缩影。

深圳市零售商业行业协会副秘书长林渝表示，该协会已连续多年开展“深圳手信”项目，寻找能代表深圳、让游客“必购必带”的特色商品。“在深圳，城市礼物并不局限于地域符号的呈现，而是依托消费电子、智能硬件、工业设计等产业优势，突出‘深圳原创、深圳元素’，让创新成为城市礼物的鲜明底色。”林渝说。

“全球游客来到深圳，都期待能找到有惊喜感的‘新奇特’产品。”林渝说，深圳工业设计、智能制造产业领先全国，当城市需要专属礼物，企业有能力把硬核技术和前沿设计变成最新的商品。“我们希望通过每一件城市礼物，直观展示深圳的创新活力。”

图①：展现深圳科技特色的一款创意数码产品。
图②：上海武康大楼。
图③：“风声水起”礼盒。
图④：黑龙江哈尔滨中央大街。
图⑤：蝴蝶酥。
图⑥：广东深圳欢乐海岸。
以上图片均为AI**生成配图**

R镇馆之宝

两千年前『环保灯』焕发新彩

广西壮族自治区博物馆藏羽纹铜凤灯——

一盏铜凤灯，跨越2000年时光，依然引人注目。广西壮族自治区博物馆的羽纹铜凤灯，见证着汉代岭南高超的铸造工艺，诉说着中华文明交融发展的历史故事，也是自治区博物馆馆标的中心形象。

记者：这件文物为什么能两次成为广西壮族自治区博物馆馆标形象？

陶少艺：西汉羽纹铜凤灯之所以能成为馆标，源于其无可替代的文化代表性与辨识度。它1971年出土于广西合浦县望牛岭1号西汉墓，1972年入藏广西壮族自治区博物馆，是广西出土汉代青铜灯具中工艺最精湛、造型最优美的代表器物之一。

2006年，自治区博物馆确定馆标方案时，经过多轮遴选，最终专家们一致选择羽纹铜凤灯作为原型。文物整体曲线流畅优雅，通体錾刻羽纹，兼具庄重与灵秀；凤鸟又是中华传统文化中的祥瑞象征，寓意太平昌盛，与博物馆传承文明、服务公众的使命高度契合。更重要的是，它融合了中原汉文化与岭南本土文化特色，且出土于汉代海上丝绸之路的始发港合浦，能充分体现广西开放包容、多元文化交融的历史底蕴。

2021年，博物馆面向全国征集新馆标志设计方案，累计收到205件作品，层层评选后仍决定以羽纹铜凤灯为中心形象。

如今，这件文物不仅成为自治区博物馆的标识，也成为广西重要的文化符号。南宁吴圩国际机场T2航站楼“双凤还巢”设计理念、广西彩车、《中国2016亚洲国际集邮展览》纪念邮票等，都从羽纹铜凤灯中汲取了灵感。

记者：这件文物被称为“环保灯”，在造型上有何独特之处？

陶少艺：羽纹铜凤灯单灯通高约33厘米。凤鸟顾首回望，尾羽自然垂地，与双足形成三点支撑，不需额外底座即可保持稳定，结构设计十分巧妙。

它堪称2000年前的“环保灯具”。灯罩、导烟管与腹腔相通，腹内可容纳约1升清水，燃烧产生的烟尘可沿导烟管进入腹腔溶于水中，实现消烟除尘的效果。可旋转的灯罩还能调节照明方向，设计兼具实用性与人性化。

记者：学术界对其具体用途有何考证？

陶少艺：目前，学术界普遍认为，羽纹铜凤灯属于汉代“釭灯”体系，与长信宫灯、彩绘雁鱼青铜釭灯等同属高级照明器具，多见于汉代高等级贵族墓葬。羽纹铜凤灯出土于合浦县望牛岭1号西汉墓，墓中出土带有“九真府”“九真府之器”铭文的陶器，说明墓主人应为西汉九真郡高级官吏或地方贵族，这对精美铜凤灯正是其身份的重要标识。

也有学者认为，凤鸟造型蕴含汉代祥瑞观念，可能兼具礼仪功能，但其主要属性仍是实用灯具。

记者：博物馆在羽纹铜凤灯的长效保护、创新活化利用等方面，取得了哪些成果？

陶少艺：近年来，自治区博物馆始终坚持保护第一，不断加强羽纹铜凤灯的预防性保护。新馆建成后，为其配备恒温恒湿独立展柜，建立常态化监测和养护机制。自2022年新馆开放以来，羽纹铜凤灯一直作为“广西古代文明陈列”常设展的展品与观众见面，偶尔还会借调至外地展出，让各地观众在家门口就能一睹其风采。

围绕这一文物IP（知识产权），自治区博物馆不断拓展活化利用路径。一方面，开发文具、首饰、家居、潮玩等数十款文创产品，其中羽纹铜凤灯挂坠、冰箱贴、主题丝巾等广受欢迎；另一方面，推出“凤灯的秘密”等研学课程和“博物馆奇妙夜”等品牌活动，通过青铜工艺体验、环保科学实验等形式，让观众感受文物魅力。

博物馆支持创作舞蹈《铸凤》、木偶剧《国宝故事·铜凤灯》等文艺作品，并完成铜凤灯高精度三维扫描，推进智慧展陈建设。现在，观众可以通过裸眼3D、全息影像或佩戴增强现实讲解眼镜等，沉浸式全景感受铜凤灯精妙构造和錾刻工艺。这盏跨越2000年的凤灯如今正焕发新的光彩。

从海丝古港到现代展厅，从汉代宫灯到广西文化地标，羽纹铜凤灯承载着中华文明多元一体、包容开放的发展印记，也映照出中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的时代活力。这盏千年釭灯，将继续照亮中国传统文化传承与创新发展的前行之路。

（**陶少艺为广西壮族自治区博物馆馆长**，本报记者**李维俊**采访整理）

⑧

⑨

羽纹铜凤灯

图⑦：鸟瞰十八行村。　**云伟晟**摄
图⑧：广西壮族自治区博物馆馆标。
图⑨：广西壮族自治区博物馆藏文物羽纹铜凤灯。
图⑧⑨均为**广西壮族自治区博物馆**提供

R走进传统村落

海南省文昌市会文镇十八行村——
扇面布局蕴藏同心乡情

本报记者　董泽扬

海南省文昌市会文镇十八行村，始建于明代，历经500余年风雨，至今仍完整保留着“十八行”的独特格局。18组规整宅院纵向排列，形如一把徐徐展开的扇子，将“兄弟同心、邻里不欺”的淳朴乡风固化为可见的空间秩序。2010年，该村入选第五批“中国历史文化名村”；2012年，被列入首批中国传统村落名录。

十八行村原名湖村，林家祖先自闽南迁居至此，子孙后代绕着老宅成行成列地建起新居，至清末渐成“十八行”格局。从空中俯瞰，宅院如扇面，巷道如扇骨，镶嵌在葱茏绿意之中；村中行走，每一行宅院顺坡而建，如同梳齿般紧密排布、齐整有序，空旷的小广场则如梳把，领着一众建筑坐落于郊野。

这一格局的精髓，在于一“行”之内的秩序。“兄弟分家建房必须紧邻祖屋，形成一‘行’。”历史文化馆内，讲解员林运椿正对着村庄布局图，向访客娓娓道来。在每一“行”的中轴线上，每进房屋的正厅前后大门必须对齐、一线贯通，一眼望穿，视线毫无遮挡，寓意家族血脉相连、心意相通。推开一扇院门，砖瓦结构的房屋、摆满盆景的院落顿感宁静清幽；院落中间是宽敞的厅堂，两旁是居住的厢房。站在行首往行末望，各进院落的正房厅堂前后正中开门，如“回”字套嵌，仿佛有一条无形的轴线将一“行”的房屋串联起来，左右对称，规整有方。

“行”与“行”之间，同样藏着规矩。房屋的檐口高度、翘起的弧度都保持一致——“同辈兄弟的房屋要齐平，这叫‘邻里不欺’，彰显家族内部无高低贵贱之分。”林运椿说。

建筑的巧思还体现在宜居智慧上。十八行村坐南朝北，夏天巷道的朝向和风向一致，巷口与村内池塘相对，能将凉意送至家家户户。小巷拐角处，透明玻璃覆盖的墙体展示着房屋保持清凉的“秘诀”：浅灰色的平整外墙可减少热量吸收，中空的墙壁能增加隔热效果，斜出的廊檐则扩大了纳凉的阴影面积。

离村时走过同心路，路名背后也有一段故事。“征集意见改名时，大家认为这条路起于同心广场，一致要将‘北山路’改为‘同心路’，表达同邻村团结同心之意。”林运椿说。温暖的地名、规整的布局、浓浓的乡情，让这一饱经沧桑的传统村落有看得见的文化、记得住的乡愁，更有活起来的传承。

⑦

本版责编：**孟　扬　唐中科　徐　阳**
版式设计：**张丹峰**